

Inhalt

Vorwort	7
Entstehungsgeschichte der HPI School of Design Thinking	11
1 Die Welt braucht mehr Innovationen	27
1.1 Innovationen dringend gesucht	29
1.2 Zukunft neu erfinden: Plädoyer für die Notwendigkeit, Innovatoren auszubilden	53
1.3 Design-Thinking: ein neuer Ansatz für Innovation	59
2 Design-Thinking	97
2.1 Die Kernelemente von Design-Thinking	99
2.2 Der Design-Thinking-Prozess	109
2.3 Übergreifende Regeln und Prinzipien	123
3 Zukünftige Entwicklungen	133
3.1 Innovationen sind überall möglich: Einsatzfelder für Design-Thinking	135
3.2 Nachahmung ist machbar und erwünscht: Executive Education	149
3.3 Eine Zusammenarbeit mit großen Perspektiven: Das Design-Thinking-Research-Programm	153

4 Beispielhafte Design-Thinking-Projekte	163
4.1 Die letzte Meile beim privaten Einkauf	165
4.2 Optimiertes Schreiben von Fernsehserien	173
4.3 Von Mitgefühl zu persönlichem Engagement	179
4.4 Suchen und Finden im sozialen Kontext	183
4.5 Konferenz für nachhaltiges Handeln	189
4.6 Selbstständigkeit von Menschen mit geistiger Behinderung	193
4.7 Alternative Nutzungsmodelle für Messegelände	197
4.8 Energie nachhaltig nutzen	203
4.9 Menschen vertrauen Menschen	211
 Register	 215
 Autoreninformation	 217